



Z世代のジェンダーに対する意識調査

LGBTQ+の認知率76.2%！親世代・社会の理解不足・アクションが課題に
「男のくせに泣くな」「女子力高いね」—約6割がジェンダーを表す言葉に違和感を感じる
ジェンダー課題の解決はZ世代が目指す「個人」に目を向けた社会実現の第一歩

株式会社SHIBUYA109エンタテインメント(本社：東京都渋谷区、社長：石川あゆみ)が運営する若者マーケティング研究機関『SHIBUYA109 lab. (読み：シブヤイチマルキューラボ)』は、SHIBUYA109 lab.独自ネットワークに所属するaround20 (15~24歳)を対象に、「ジェンダーに対する意識調査」を行いました。



【Z世代のジェンダーに対する意識調査 トピックス】

【1】LGBTQ+の認知率76.2%！LGBTQ+は身近で自然な存在。

リアルとデジタルのコミュニケーションで理解を深める

Z世代はニュースやSNS、周りの友達との会話などを通し、LGBTQ+に関する情報に触れる機会が多いことが判明しました。情報収集やSNS上での発信を通し、理解を深めるために行動するZ世代の実態が分かりました。

【2】Z世代と親世代・社会のLGBTQ+の理解度に2倍以上のギャップを感じている！

課題は社会全体の理解とアクション不足

Z世代はLGBTQ+に対して自然な存在と考えていますが、Z世代視点から見た各世代別の理解度は、同世代と比較し、親・社会の間で理解度に2倍以上の乖離があると感じている結果となりました。

【3】「男のくせに泣くな」「女子力高いね」「彼女(または彼氏)いる？」に違和感！

一括りにせず個人に目を向けたコミュニケーションを意識

約6割がジェンダーを表す言葉に違和感を感じており、性別や固定観念で一括りにするのではなく、その人個人に目を向けた言葉を選ぶよう心がけている実態が見受けられました。

【4】Z世代が考える今後の世の中のスタンダードは「自分らしさを認めてくれる社会」「固定概念や偏見で判断されない社会」

「決めつけや固定概念ではなく、個人が様々な選択が出来るようになって欲しい」という意見が聞かれ、性別や見た目などととられず、「個人」を認め合うことを望む意見が多く見受けられました。

【5】所長が分析！ジェンダー課題の解決は次世代が目指す「個人」に目を向けた社会実現の第一歩

Z世代の間では「多様な選択肢から個人が選択する自由」を無意識に迫害することがないように、課題に関する知識や理解を深めるための行動に積極的な姿勢が見受けられます。

※公開データの引用・転載の際は、『SHIBUYA109 lab.調べ』と明記いただきますようお願い申し上げます。

SHIBUYA109 lab./<https://shibuya109lab.jp>

※本リリースに記載の会社名、製品名、サービス名等は、それぞれ各社の商標または登録商標です。

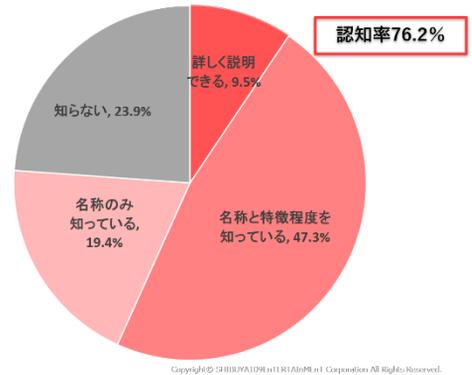
※TWITTER、TWEET (ツイート)、RETWEET (リツイート)、TwitterのロゴはTwitter, Inc.またはその関連会社の登録商標です。

※回答率(%)は小数点第2位を四捨五入し、小数点第1位までを表示しているため、合計数値は必ずしも100%とはならない場合があります。

**【1】LGBTQ+の認知率76.2%！LGBTQ+は身近で自然な存在。
リアルとデジタルのコミュニケーションで理解を深める**

まず、LGBTQ+の認知状況※図1について聞いたところ、「詳しく説明できる(9.5%)」、「名称と特徴程度を知っている(47.3%)」、「名称のみ知っている(19.4%)」と認知率は76.2%となりました。

**図1 Q.あなたは「LGBTQ+」について、どのくらい知っていますか？(単一回答)
WEB調査 n=222**



次に、普段のLGBTQ+に関連した行動※図2を聞いたところ、「ニュースを見る(30.6%)」、「SNSでLGBTQ+について知る(30.2%)」、「友達と話す(25.2%)」と続き、理解を深めるための行動が多い結果となりました。

**図2 Q.「LGBTQ+」関連について、あなたが普段から行っていること、情報源を教えてください。(複数回答)
WEB調査 n=222**

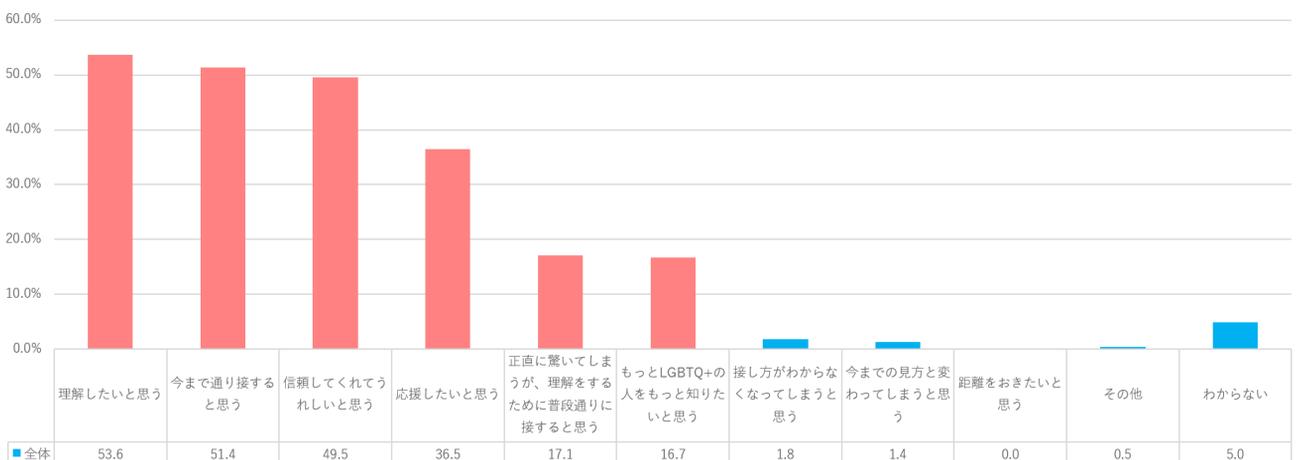
LGBTQ+関連について普段から行っていること		LGBTQ+に関して参考にする情報		
1位	ニュースを見る	30.6%	1位 SNSで流れてくる情報	48.2%
2位	SNSでLGBTQ+について知る	30.2%	2位 テレビやニュース	45.5%
3位	友達と話す	25.2%	3位 インターネット上での記事	40.1%
4位	LGBTQ+の友人や家族が身近にいるために、行っていることというよりも、すべてが自然体として理解している	14.4%	4位 LGBTQ+の当事者	22.5%
5位	インターネットなどで検索して、LGBTQ+について知る	13.5%	5位 インフルエンサー	21.6%

グループインタビューでは、「情報収集も発信もTwitterを使っている。Twitterはリツイートで自分の意見も一緒に発信できるので活用している。その発信に対して友達もリプライをくれる」「Twitter上でLGBTQ+について発信している大学生にDMで声をかけ、LGBTQ+理解のためのイベントを開いた」などSNSを活用した積極的な情報収集、発信が聞かれました。またこの数年で、動画配信サービスやTikTokなどを中心としたSNSで、ジェンダー平等やLGBTQ+に関する情報を投稿する人も増加したことから、「LGBTQ+の当事者(22.5%)」や「インフルエンサー(21.6%)」の数値も注目するポイントです。

実際にグループインタビューでも、「アリアナ・グランデが好きで、LGBTQ+に関する発信を行っていて影響を受けた。自分が好きな人、推している人が発信することでずんなりと情報が入ってくるので、有名人がもっと発信してくれたらいいと思う」という声も聞かれました。

LGBTQ+に関して情報収集や発信も行うZ世代ですが、身近な人とはどのような関わり方をしているのでしょうか。身近な人にLGBTQ+であると伝えられたらどう思うか※図3を聞いたところ、約半数が「理解したいと思う」、「今まで通り接すると思う」、「信頼してくれてうれしいと思う」と回答しました。一方、「距離を置きたいと思う」は0%となり、否定的な意見は少ない結果となりました。

**図3 Q.あなたの身近な人にLGBTQ+であることを伝えられたら、どのように思いますか。(複数回答)
WEB調査 n=222**

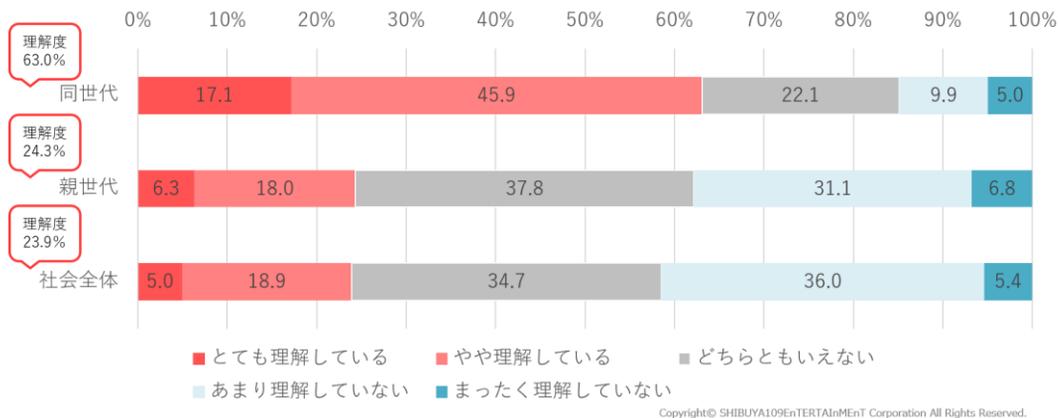


グループインタビューでは、「所属しているサークルにLGBTQ+の友人がいるが、特別な接し方はしない」「学校にLGBTQ+の友人がいるが、それがイレギュラーなことではなく、他の人と変わらない」といった話も聞かれました。Z世代はニュースやSNS、周りの友達との会話などを通しLGBTQ+に関する情報に触れています。オフライン・オンラインの両方でコミュニケーションを生み出すことで、理解を深めるタイミングを多く持っているため、彼らにとってLGBTQ+は特別ではなく、自然な存在として捉えられています。

【2】Z世代と親世代・社会のLGBTQ+の理解度に2倍以上のギャップを感じている！ 課題は社会全体の理解とアクション不足

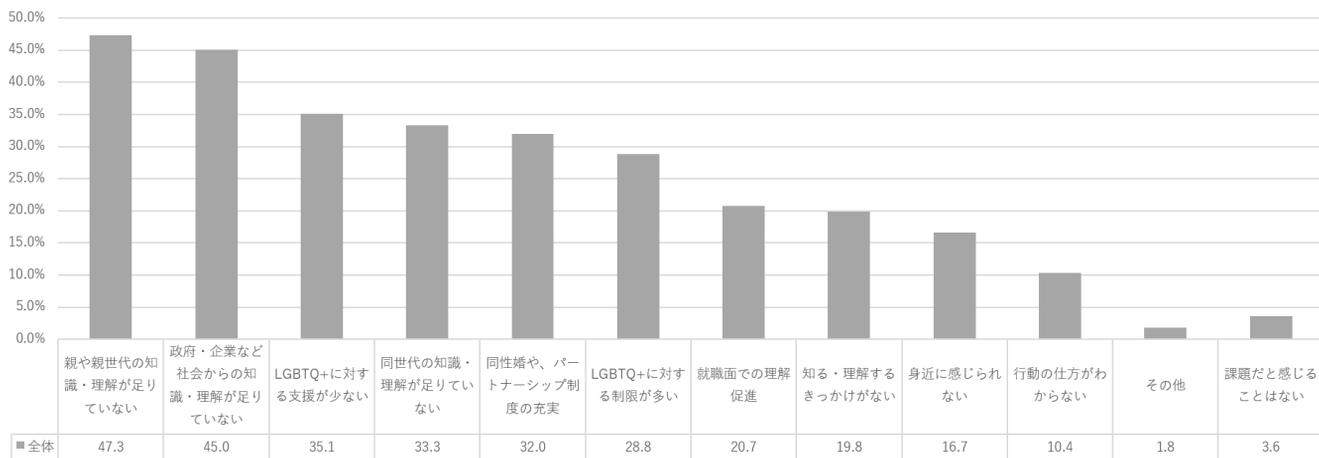
Z世代はLGBTQ+に対して自然な存在と考えていますが、親世代や社会全体とのギャップをどのように感じているのでしょうか。Z世代視点から見た各世代別の理解度について※図4聞いたところ、同世代は63.0%、親世代は24.3%、社会全体は23.9%と、同世代と比較し、親・社会の間で理解度に2倍以上の乖離があると感じている結果となりました。

図4 Q.あなたは各世代ごとに、どの程度「LGBTQ+」を理解していると思いますか？(単一回答)
WEB調査 n=222



LGBTQ+に対する課題※図5についても「親や親世代の知識・理解が足りていない(47.3%)」、「政府・企業など社会からの知識・理解が足りていない(45.0%)」、「LGBTQ+に対する支援が少ない(35.1%)」などが上がりました。

図5 Q.あなたが、LGBTQ+に関するニュースなどを聞いて、課題だと感じることを教えてください。(複数回答)
WEB調査 n=222



グループインタビューでは、家族ともLGBTQ+について話題にする方もいましたが、「親は固定概念が強いいため、LGBTQ+に対する理解度が低いと感じ、話しにくい」といった声も聞かれています。

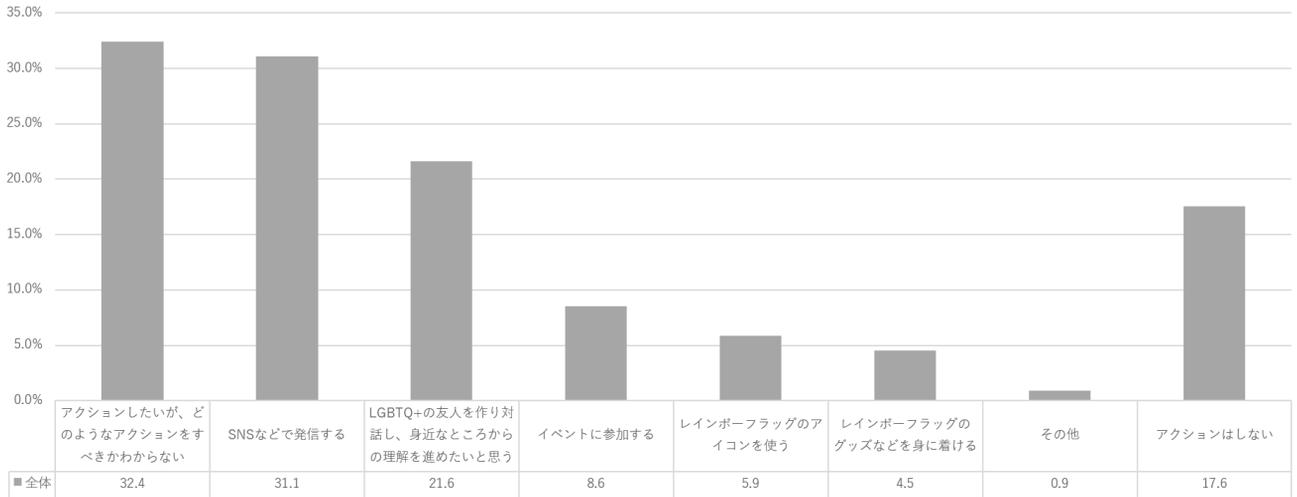
また、社会に対しては、「LGBTQ+に関連したニュースを見ると社会の理解も低いように感じるが、ニュースに取り上げられることで課題が伝わるのは良いと思う。目上の人や社会に対して変わるように働きかけるのは難しいところもあるので、自分たちが下の世代に対して理解や個人の考えを認め合うことを広めていきたい」といった話が聞かれ、下の世代に目線を向けた意見もあがりました。

そして、家族や社会だけでなく、Z世代の中でもいくつか課題があるようです。

LGBTQ+に対して理解していること・したいことをどのように伝えたいか※図6を聞いたところ、「アクションをしたいが、どのようなアクションをすべきかわからない(32.4%)」が1位となり、2位「SNSなどで発信する(31.1%)」、3位「LGBTQ+の友人を作り対話し、身近なところからの理解を進めたいと思う(21.6%)」と続きました。

図6 Q.あなたは、LGBTQ+に対して理解していること・したいことをどのように伝えたいと思いますか。(複数回答)

WEB調査 n=222



Copyright© SHIBUYA109EnTERTAINMENT Corporation All Rights Reserved.

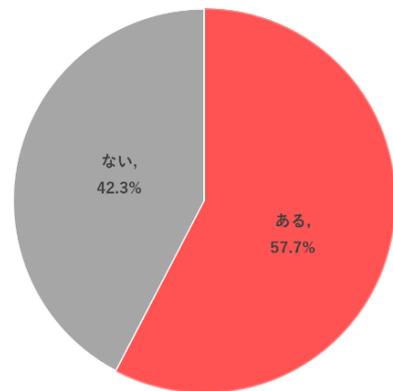
グループインタビューでも「普段はLGBTQ+の子が周りにいるので話しやすいが、他のコミュニティだと話しにくい。もう少し気軽に話したい」という環境の違いからくる、LGBTQ+理解度の差異に悩む声や、「どのようなアクションをすべきかわからないし、LGBTQ+の方を自然ととらえたいと考えているが、逆にアクションを取らない方がよいのではないかと考えてしまう。正解がわからない」という意見が聞かれ、自分たちの具体的なアクションの仕方に関する課題が見受けられました。

**[3] 「男のくせに泣くな」「女子力高いね」「彼女(または彼氏)いる？」に違和感！
一括りにせず個人に目を向けたコミュニケーションを意識**

日常でジェンダーやLGBTQ+関連で違和感を持ったシーンや言葉があるか※図7聞いてみたところ、約6割があると回答しました。

具体的なシーンや言葉※図8を自由回答で聴取したところ、「男のくせに泣くな」「女子力高いね」「恋人の有無を聞くときに、彼女(または彼氏)いる？」と聞かれること」など、ジェンダーの固定概念に捉われる発言に違和感を持つという意見が多く上げられています。

図7 Q.あなたが日常でジェンダーやLGBTQ+関連で違和感を持ったシーンや言葉はありますか。(複数回答)
WEB調査 n=222



Copyright© SHIBUYA109EnTERTAINMENT Corporation All Rights Reserved.

図8 Q.あなたが日常でジェンダーやLGBTQ+関連で違和感を持つシーンや言葉を教えてください。(自由回答一部抜粋)

WEB調査 n=128 ※回答者:違和感を持つシーン・言葉がある人

恋愛・結婚

- ・恋人がいるかどうかを「彼女(または彼氏)いる？」と聞くこと
- ・女だから男より賢いのはモテないよ
- ・女なのに結婚したくないの？
- ・女なんだから家事をするのが当たり前

学校

- ・学校の制服が男女で決められている
- ・女子更衣室はあるが男子更衣室はない
- ・男子大学がない
- ・入学記念品が男子が青、女子がピンク
- ・出席番号が男子が前半、女子が後半

ファッション・メイク

- ・服が男性用、女性用で分かれている
- ・フロアが紳士服、婦人服で違う
- ・シャツなどのボタンが男女で違う
- ・女性だけ脱毛が当たりまえ
- ・"男性用"メイク、"メンズ"メイク
- ・男なのにメイクしてんの？

〇〇らしさ

- ・女子力高いね
- ・女なんだから大人しくしなさい
- ・男のくせに泣くな
- ・男らしい、女の子らしい
- ・男っぽい、女っぽい
- ・男のくせに、女のくせに
- ・男だから青、女だからピンク

バイト・仕事

- ・男女で給料の差がある
- ・部長や社長が男性なことが多い
- ・バイト先の服装が男女で規定がある
- ・男なんだからできるでしょ
- ・女にキツイ仕事ができるの？
- ・女性が「女性でも頑張れる！」と発言

お店・サービス

- ・本やおもちゃ屋などで男女のコーナーが分かれている
- ・男子だけで行けないプリクラコーナー
- ・男女2種類のトイレしかない
- ・レディースデーやレディースファースト
- ・女性専用車両はあるけど男性はない

Copyright© SHIBUYA109EnTERTAINMENT Corporation All Rights Reserved.

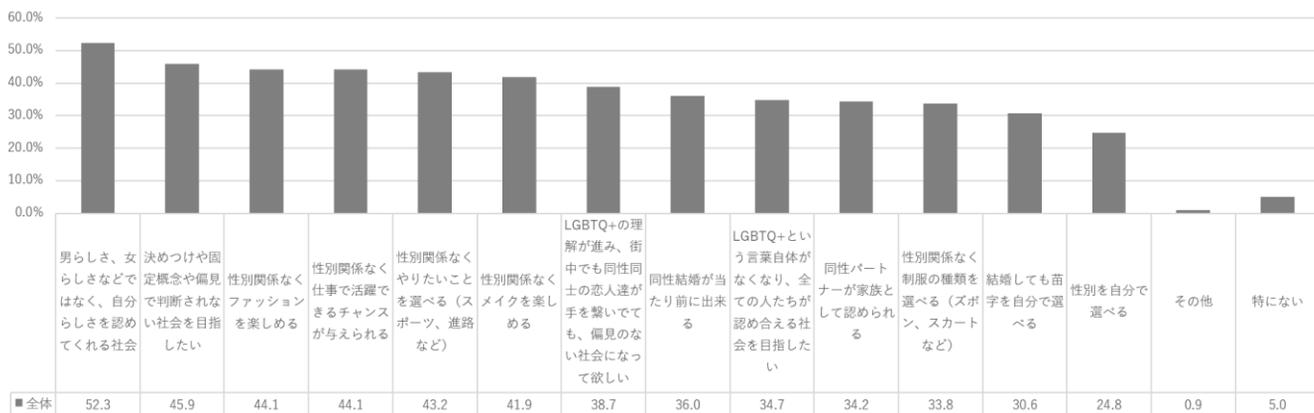
グループインタビューでは、「相手を褒める時は“女子力高い”などではなく、“お菓子作りが得意で器用だね”とか、“髪型変えたね”とか、その子が工夫しているところを伝える」「ゲイの友達から“ゲイの友達が欲しいと言われるのが、自分という個性ではなくゲイというカテゴリーとして見られているようで嫌だ”と聞いた。悪気があって言っているのではないと思うが、知らないがゆえに傷つけていることがある。その人のパーソナリティに重きを置きたい」など、性別や固定観念で一括りにするのではなく、その人個人に目を向けた言葉を選ぶように心がけている実態が見受けられました。

【4】Z世代が考える今後の世の中のスタンダードは「自分らしさを認めてくれる社会」「固定概念や偏見で判断されない社会」

最後に、今後世の中のスタンダードになって欲しいと思うこと※図9を聞いたところ、「男らしさ、女らしさなどではなく、自分らしさを認めてくれる社会（52.3%）」、「決めつけや固定概念や偏見で判断されない社会を目指したい（45.9%）」など、性別や見た目などにとらわれず、「個人」を認め合うことを望む意見が多く見受けられました。

図9 Q.あなたが今後世の中のスタンダードになってほしいと思うことを教えてください。（複数回答）

WEB調査 n=222



Copyright© SHIBUYA109EnTERTAINMENT Corporation All Rights Reserved.

グループインタビューでは、「そもそも性別はグラデーションだと思うので、性別や嗜好の型によって決められた選択肢ではなく個人が自由で多様な選択が出来るようになって欲しい」「無意識な差別をしないためにも、まずは知識が大切だと思った。行政はもちろん、企業の方が課題に対してスピード感を持って取り組めることもあると思うので、知識や理解を深める場が増えていくといいなと思っている」といった声が上がりました。

【5】所長が分析！ジェンダー課題の解決は次世代の目指す「個人」に目を向けた社会実現の第一歩



日本ではジェンダーギャップ指数が世界各国と比べてもまだまだ低い状況にあります。全ての人たちが認め合い、支え合える社会を目指していきたいと考え、今回SHIBUYA109 lab.として実態を調査しました。Z世代は社会課題に関心が高い世代であることが特徴として上げられています。これは彼らが社会課題の解決が急がれる時代背景のもと生まれ育ったことが影響しており、そして社会課題が彼らのアイデンティティに関わる事項であるためです。これまでのZ世代を対象とした私たちの調査では、約6割が社会課題解決について関心があると回答しており、SDGsの項目においても「5. ジェンダー平等を実現しよう」に対する解決意欲が特に高いことが明らかになっています。

Z世代にとって、ジェンダー平等を実現することは、彼らが望む固定概念や偏見から解放された「個人」を認め合う社会を実現する第一歩に位置づけられるのではないのでしょうか。また昨今の個人のダイバーシティや選択を阻害するような時事問題において、親世代の理解度や課題に向き合う姿勢にギャップを感じるシーンに直面することも増えているようです。Z世代の間では「多様な選択肢から個人が選択する自由」を無意識に迫害することがないよう課題に関する知識や理解を深めるための行動に積極的な姿勢が見受けられますが、世代を問わず、彼らの姿勢が共有できると、課題解決に近づくことができるのではないのでしょうか。

■アンケート調査概要

①WEB調査

調査期間：2021年3月
対象：SHIBUYA109独自ネットワークでのアンケート回収
年齢：15~24歳
回答者数：222名

②SHIBUYA109 lab.による定性調査

対象者条件：高校生・大学生 1G 合計4名

※その他過去定性調査をもとに考察

※調査内容監修：アートディレクター 五十嵐LINDA渉さん (TWINPLANET)

INSTAGRAM： <https://www.instagram.com/watarulindaigarashi/?hl=ja>

公式HP： <https://watarulindaigarashi.tokyo/>

■SHIBUYA109 lab.概要



SHIBUYA109 lab.

株式会社SHIBUYA109エンタテインメントが運営する新しい世代に特化した若者調査機関。SHIBUYA109のターゲットである「around20(15～24歳)」を中心に彼らの実態を調査し、SHIBUYA109独自の視点から分析している。

設立：2018年5月17日

所長：長田麻衣 (株式会社SHIBUYA109エンタテインメント所属)

ホームページ： <https://shibuya109lab.jp>

■SHIBUYA109 lab.所長 長田麻衣 (おさだ・まい)

総合マーケティング会社にて、主に化粧品・食品・玩具メーカーの商品開発・ブランディング・ターゲット設定のための調査やPRサポートを経て、2017年に株式会社SHIBUYA109エンタテインメントに入社。

SHIBUYA109マーケティング担当としてマーケティング部の立ち上げを行い、2018年5月に若者研究機関「SHIBUYA109 lab.」を設立。現在は毎月200人の「around20」と接する毎日過ごしている。

■株式会社SHIBUYA109エンタテインメント概要



SHIBUYA109渋谷店 (東京都・渋谷区) を中心とした4つの施設を展開。「Making You SHINE! - 新しい世代の“今”を輝かせ、夢や願いを叶える -」の企業理念を掲げ、これらを担う新しい世代の今を輝かせ、夢や願いを叶えるため、商業施設運営に留まらないエンタテインメント事業展開を行う。

設立：2017年4月3日

代表取締役：石川 あゆみ

ホームページ： <https://www.shibuya109.co.jp/>